



Heute bestellt, morgen da! Wie geht das? 5 Fragen an Marcell D'Avis von der 1&1 Logistik

1&1 verspricht im TV: "Heute bestellt, morgen da!" Tatsächlich bietet der Internet- und Telekommunikationsanbieter in Teilen Deutschlands bereits Same-Day-Delivery an, also die Lieferung einer Bestellung am selben Tag. Wie das funktioniert, haben wir Marcell D'Avis, den Logistik-Chef bei 1&1, im Interview gefragt.

Marcell, wie viele 1&1 Pakete kommen tatsächlich wie versprochen schon am nächsten Tag an der Haustüre des Kundinnen und Kunden an?



Marcell D'Avis ist Head of Logistics Management bei 1&1

Marcell D'Avis: "Wir können heute eine Erfolgsquote von 97 Prozent vorweisen. Das heißt, dass der Prozess, angefangen bei der Bestellung bis hin zur Auslieferung zur Haustüre des Kunden, geklappt hat. Das ist nichts, was man irgendwann einmal entwickelt, eingeführt hat und dann läuft alles von alleine. Jeden Tag sitzen bei uns eine ganze Menge Mitarbeiter daran, die dafür sorgen, dass der Kunde sein Paket bekommt. Das hat vor allem mit Liebe zum Detail und kontinuierlichen Verbesserungsprozessen zu tun."

Welchen Stellenwert hat die Logistik bei 1&1?

Marcell D'Avis: "Jede Hardware, egal ob [Smartphone](#) oder Router, die wir heute in Verbindung mit unseren Tarifen anbieten, muss erst einmal durch die Logistik, bevor der Kunde sie bekommt. Wir sind somit Teil der sogenannten Customer Journey. Wir wissen, dass viele Kunden erst einmal recherchieren und Informationen sammeln, bevor sie bei einem Anbieter etwas kaufen. Diese Kunden sind dann eigentlich nur noch ein paar Minuten im Online-Shop, um zu bestellen. Wir versuchen unsere Kunden in dieser kurzen Zeit abzuholen, und zeigen die Vorteile auf, die wir als Anbieter mit unseren Kundenservices bieten wie zum Beispiel mit kostenloser Overnight-Delivery oder dem Vor-Ort-Austausch-Service im Rahmen des 1&1 Prinzips. Die Aufgabe der Logistik ist es, diese Services in die Tat umzusetzen. Es geht also unter anderem darum, dass das, was wir in unserer Werbung und auf der Website versprechen, auch eingehalten wird."



Quelle: iStock

Dafür betreibt 1&1 ein eigenes Logistikzentrum. Warum?

Marcell D'Avis: "Auch dabei spielt die Customer Journey eine Rolle. Wir begleiten als 1&1 unsere Kunden von der Bestellung bis hin zur finalen Zustellung und Inbetriebnahme, beziehungsweise sogar darüber hinaus. In unserer Logistik stehen deshalb drei Kernprozesse im Fokus. Das sind das Ausliefererlebnis, Retouren und das Reparaturgeschäft. In Summe kommen wir so auf sieben Millionen Sendungen jährlich, die wir im Logistikzentrum bearbeiten. Unterm Strich geht es dabei immer um die Erfüllung der Leistungsversprechen an unsere Kunden."

Was macht 1&1 besser als andere Unternehmen?

Marcell D'Avis: "Wie in vielen anderen Unternehmensbereichen auch geht es darum, sich an den Bedürfnissen des Kunden zu orientieren. Für uns sehen wir darin die Chance, das gesamte Thema Lieferkette bis zum Kunden noch stärker zur Service-Differenzierung zu nutzen. Wir wollen uns damit also von der Konkurrenz unterscheiden. In dem Zusammenhang haben wir uns natürlich angeschaut, was der Wettbewerb macht und wie wir im Vergleich dazu abschneiden. Bei dieser Betrachtung könnten wir eigentlich die Füße hochlegen und uns die nächsten zwei bis drei Jahre auf unserem Vorsprung vor der Konkurrenz ausruhen. Aber das wäre eine sehr eingeschränkte Sicht auf die Situation. Die Gesellschaft verändert sich. Deshalb müssen wir uns auch bewegen. Wir kommen so aus der Zeit, in der wir mit Haustürzustellung und Next-Day-Delivery beim Kunden punkten konnten. Das ist vorbei. Heute merken wir, dass die Nachfrage nach Abholung in den Filialen oder Packstationen steigt. Vor allem urbane Lebensstile in Großstädten führen dazu, dass zeitliche Flexibilität wie auch Zuverlässigkeit für den Kunden immer wichtiger werden, nicht nur die Geschwindigkeit."

Inwiefern wollen die Kunden flexibel sein?

Marcell D'Avis: "In Zukunft zählt Flexibilität mehr als Geschwindigkeit. Wir haben festgestellt, dass unsere Kunden zunehmend den Wunsch haben, die Zustellung mit dem Paketdienst selbst zu organisieren. Das war früher etwas anders. Damals war es für uns wichtig, dem Kunden alles aus einer Hand bieten zu können, damit er sich nicht selbst darum kümmern muss. Noch nicht jeder Kunde bewegt sich sicher im Internet und ist souverän im Umgang mit Online-Shopping. Wir merken aber heute schon, dass sich das ändert und viele Kunden im digitalen Bereich fit genug sind, um die Zustellung mit Hermes oder DHL selbst zu organisieren. Deshalb werden wir unsere Paketverfolgung umbauen. Der Kunde wird nach wie vor die Paketankündigung mit der Möglichkeit zur Paketverfolgung erhalten, aber er braucht dann eben einen Absprungpunkt, ab dem er dann direkt mit Hermes oder DHL in den Kontakt tritt, also beispielsweise eine Termin- oder Adressänderung abspricht."

Über die 1&1 AG

Die 1&1 AG ist ein börsennotierter Telekommunikationsanbieter mit Sitz in Montabaur. Das Unternehmen gehört zum Konzernverbund der United Internet AG.

1&1 betreibt als erster Netzbetreiber Europas ein vollständig virtualisiertes Mobilfunknetz auf Basis der innovativen Open-RAN-Technologie. Neben einem umfassenden Mobilfunkportfolio werden Breitbandanschlüsse angeboten, die zumeist auf dem deutschlandweiten Glasfaser-Transportnetz von 1&1 Versatel sowie auf regionalen Netzen von City Carriern und der Deutschen Telekom basieren.

Während die Marke 1&1 Value- und Premiumsegmente adressiert, sprechen die Discount-Marken des Konzerns preisbewusste Zielgruppen an.

Ihr Pressekontakt

Thomas Kahmann

Telefon: +49 2602 / 96 – 1276

E-Mail: presse@1und1.de